BİRLEŞMİŞ MİLLETLER
İNSAN YERLEŞİMLERİ KONFERANSI
(HABITAT II)
TANITIM VE HALKLA İLİŞKİLER
HİZMETLERİNE İLİŞKİN
RAPOR

1. İHALE SÜRECİ

1.1. Habitat II Konferansı ve bağlı etkinliklerinin ulusal ve uluslararası düzeylerde duyurulması ve tanıtılması, hedef kitlelerin katılımının artırılması ve kamuoyunun dikkatinin küresel konut ve barınma sorunlarına çekilmesi amacıyla tanıtım ve halkla ilişkiler hizmetlerinin alınması gerektiği düşünülmüş ve 17 Şubat 1994 tarihinde Tanıtım ve Halkla İlişkiler ihale süreci başlatılmıştır.

1.2. Tanıtım ve Halkla İlişkiler hizmetlerini verecek firmayı belirlemek üzere açılan yarışmaya ülkemizin önde gelen (Reklamcılar Derneği verilerine göre) 15 reklam ajansı çağrılmıştır. İlgilenen ajanslar, 21-22 Şubat 1994 tarihlerinde, *Firmalardan İstenen Bilgi ve Belgeler; İş Tanımı; Habitat II Konferansı ve Bağlı Etkinlikleriyle İlgili Destekleyici Bilgiler* ile *Sözleşme Taslağı*'nı içeren bir paketi elden temin etmişlerdir.

1.3. 20 Mart 1995 tarihinde Lowe Adam/Yorum Publicis FCB Konsorsiyumu; Markom/Leo Burnett ve T5 Tanıtım Hizmetleri Ltd. Şti. (Cenajans/Grey; Güzel Sanatlar/Bates; Young&Rubicam/Reklamevi; Pars/McCann-Erickson; RPM Radar/cdp Europa) *Strateji ve Uygulama* teklifleri ile *Bütçe* tekliflerini vermişlerdir.

1.4. Tekliflerin değerlendirilmesi sonucunda, Lowe Adam/Yorum Publicis FCB Konsorsiyumu ve T5 Tanıtım Hizmetleri Ltd. Şti., 8 Nisan 1995 tarihinde sözlü sunuş yapmaya çağrılmışlardır.

1.5. Tekliflerin sözlü sunuşlarla birlikte değerlendirilmesi sonucunda, Habitat II Konferansı Tanıtım ve Halkla İlişkiler hizmetlerinin Lowe Adam/Yorum Publicis FCB Konsorsiyumu tarafından verilmesi kararlaştırılmış ve Konsorsiyum ile 26 Haziran 1995 tarihinde sözleşme imzalanmıştır.

1.6. İhaleyi kazanmış olan reklam ajansına bağlı olarak halkla ilişkiler hizmetlerinin verilmesi konusunda bir uluslararası halkla ilişkiler firmasının seçilmesi amacıyla, ajans dünyaca tanınmış firmalara çağrıda bulunmuştur. Çağrıya cevap veren Burson-Marsteller ve Shandwick firmaları, 22 Eylül 1995 tarihinde, tanıtım ajansı ve HPKB yetkililerine Habitat II halkla ilişkiler strateji ve uygulaması ile bütçe önerilerini sunmuşlardır.

1.7. Yapılan değerlendirme sonucunda, Burson-Marsteller firması uygun bulunmuş ve Türkiye'de İMAGE halkla ilişkiler firması ile çalışmasına karar verilmiştir. Ama görüşmelerin uzun sürmesi nedeniyle, sözleşme 17 Ocak 1996'da imzalanmıştır.

2. TANITIM KAMPANYALARI

2.1. Habitat II Yurtiçi Tanıtım Kampanyası Birinci Aşama: Kasım 1995

2.1.1. Türk kamuoyunun Habitat II Konferansı'nın amaçları, kapsamı ve katılımcıları hakkında bilgilendirilmesi ve Konferans'ın öneminin anlatılması amaçlanmıştır. Ajans, ihale sürecinin sözlü sunuş bölümünde sunmuş olduğu "6 Milyar Dünyalı İstanbul'a Geliyor" kampanyasını uygulamayı önermiştir. Kampanyanın gazete ilan taslakları, bazı değişikliklerden sonra, *pre-test*'e tabi tutulmuş ve 6 gruba (A,B Öğrenci; C1 Öğrenci; A,B Çalışan 18-35 Yaş Grubu; C1 Çalışan 18-35 Yaş Grubu; A,B Çalışan 36-50 Yaş Grubu; C1 Çalışan 36-50 Yaş Grubu) sunularak test edilmiştir.

2.1.2. Test sonucunda, Habitat II adının akılda kaldığı, bunun büyük bir konferans olduğunun anlaşıldığı ve reklamın etkisinin büyük olduğu anlaşılmıştır. Ama denekler konferansın konusu ve amacı konusunda fazla birşey anlamamışlar; Türkiye'ye ve özellikle İstanbul'a getirisini algılamayıp, bazıları bunu İstanbul'un sorunlarını çözmek üzere düzenlenen bir toplantı olarak algılamışlardır.

2.1.3. Deneklere sunulan "900 milyon Hintli İstanbul'a geliyor ... barınmak için."; "800 milyon Afrikalı İstanbul'a geliyor ... beslenmek için."; "1,2 Milyar Çinli İstanbul'a geliyor ... çalışmak için."; "7 milyon İsviçreli İstanbul'a geliyor ... temiz bir çevre için."; "125 milyon Japon İstanbul'a geliyor ... eğitim görmek için."; "255 milyon Amerikalı İstanbul'a geliyor ... güvenli bir yaşam için." başlıklı *teaser*'lar ve "6.5 Milyar Dünyalı İstanbul'a geliyor...daha iyi yaşamak için - Birleşmiş Milletler Habitat II Kent Zirvesi" açılış filmi ile "Dünya sorunlarının çözümü için Habitat II'yi bekliyor... Türkiye beklemiyor" ilanı pretest sonucunda bazı değişikliklere uğramış, "Türkiye beklemiyor" ilanı olumsuz yorumlara yol açtığından iptal edilmiştir. Sonuç olarak, *teaser*'lardan dördü seçilerek yayınlanmıştır.

2.1.4. *Teaser* ve açılış filmine ek olarak, Altan Öymen tarafından sunulan ve Habitat II hakkında muhtelif kişiler ile röportaj yaparak bilgi veren 4 "Özel Haber" hazırlanmış ve yayınlanmıştır.

2.1.5. *Teaser*, Açış ve Özel Haber aşamalarından oluşan tanıtım kampanyası iki hafta süre ile TV, basın ve radyoda yayınlanmıştır.

	Ücretsiz	**Ücretli**	**Toplam**	**Bütçe (Milyon TL)**
TV (Saniye)	40.528	4.176	44.704	27.064 *
Gazete (Sayfa)	45.5	12	57.5	8.150 **
Radyo (Saniye)	54.142	--	54.142	--

* TV kanallarından ATV, Show TV, Kanal D, İnterstar ve Kanal 6'nın toplam yayınlarının çok küçük bir bölümü ücretli olarak gerçekleştirilmiştir.

** Sadece gazetelere verilen 4 sayfalık *insert*'ler için ödeme yapılmıştır. Söz konusu *insert* için çok özel tarife uygulanmıştır. Geri kalan tüm yayınlar ücretsizdir.

2.1.6. TV kanallarındaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 166.201.339.748 TL; basındaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 107.583.999.504 TL ve radyolardaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 20.906.641.568 TL'dir. Alınan toplam desteğin nakdi değeri 294.691.980.820 TL olmuştur.

2.2. Habitat II Yurtiçi Tanıtım Kampanyası İkinci Aşama: Mart 1996

2.2.1. Habitat II, yerleşim sorununun çözümünde sadece merkezi hükümetlerin değil, aynı zamanda "kentte" yaşayan tüm bireylerin, toplumun tüm kesimlerinin ve sivil toplum kuruluşlarının da katılımını esas almakta, insan yerleşimlerini ilgilendiren bütün karar süreçlerinde sivil toplumun da temsil edilmesini öngörmektedir. Bu kampanyada, "kentli"lerin yaşadıkları ortama sahip çıkmalarını; hakları kadar sorumluluklarının da olduğu bilincine sahip olmalarını; çözüme aktif olarak katılmalarını teşvik etmek amaçlanmıştır. "Kentine Sahip Çıkma", "Çözümde Ortaklık" ve "Aktif Katılım"

kavramlarının işlendiği tam sayfa basın ilanları ve 6 adet özel haber, medyanın desteğiyle, iki hafta süreyle yayınlanmıştır.

	Ücretsiz	Ücretli	Toplam	Bütçe (Milyon TL)
TV (Saniye)	48.753	5.931	48.496	25.333
Gazete (St/Cm)	23.850	--	23.850	--
Radyo (Saniye)	63.094	--	63.094	--

2.2.2. TV kanallarındaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 299.046.190.177 TL; basındaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 148.825.812.123 TL; radyolardaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 33.514.670.246 TL'dir. Alınan toplam desteğin nakdi değeri 481.386.672.546 TL olmuştur.

2.3. Habitat II Yurtiçi Tanıtım Kampanyası Üçüncü Aşama: 11-25 Mayıs 1996

2.3.1. Habitat II Konferansı hazırlık çalışmalarının tamamlandığını ve Türkiye'nin tüm kapasiteleri ile konferans katılımcılarını ağırlamaya hazır olduğunu vurgulayan kampanyada, aynı zamanda toplumsal desteğin alınmasına yönelik mesajlar da verilmiştir. Toplam 15 reklam filmi, 15 gazete ilanı ve radyo spotundan oluşan kampanya iki hafta süreyle yayınlanmıştır.

	Ücretsiz	Ücretli	Toplam	Bütçe (Milyon TL)
TV (Saniye)	55.608	5.103	60.711	29.207
Gazete (St/Cm)	20.166,5	--	20.166,5	--
Radyo (Saniye)	58.611	--	58.611	--

2.3.2. TV kanallarındaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 379.496.618.172 TL; basındaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 153.105.437.096 TL; radyolardaki ücretsiz yayınların nakdi değeri 33.321.388.632 TL'dir. Alınan toplam desteğin nakdi değeri 565.923.443.900 TL olmuştur.

2.4. Diğer ilanlar

2.4.1. Cumhurbaşkanı ilanı (02-03/06/96)

Kampanyanın üçüncü aşamasının hemen ardından, Habitat Konferansı'nın başlamasından bir gün önce ve başladığı gün Sayın Cumhurbaşkanımızın başarı dileklerini ileten, Habitat'ın önemini vurgulayan ve toplumsal destek çağrısında bulunan tam sayfalık bir konuşma metni gazetelerde ücretsiz olarak yayınlanmıştır. Toplam 8.109 St/Cm olan ücretsiz yayınların nakdi değeri 64.089.932.265 TL olmuştur.

2.4.2. Teşekkür ilanı (04/06/96)

Habitat Konferansı'nın ikinci gününde, Habitat II'ye destek olmuş TV, radyo ve basın kuruluşlarına teşekkür etmek amacıyla bir ilan hazırlanmış ve ücretsiz olarak yayınlanmıştır. Toplam 4.200 St/Cm olan ücretsiz yayınların nakdi değeri 17.670.992.220 TL olmuştur.

3. HABİTAT II TANITIM MALZEMELERİ

3.1. Görsel Malzemeler

- I. Tanıtım kampanyası *teaser* filmleri (4), açış filmi (1) ve özel haberler (4);
- II. Tanıtım kampanyası özel haberler (6);
- Habitat II multivideosu (İngilizce ve Türkçe);
- Habitat II'ye Türkiye'nin hazırlıkları ile ilgili video (İngilizce);
- İngilizce tanıtım filmi;
- Cumhurbaşkanı yemeği için hazırlanan "Hazırız" videosu;
- Habitat II görsel arşivi.

3.2. Basılı Malzemeler

- İngilizce Kopenhag broşürü (Kopenhag Konferansı'nda Habitat tanıtımı için);
- Habitat II genel broşürü (İngilizce ve Türkçe);
- Habitat II bilgi, kronoloji ve konferans programı broşürü (gazetelere dağıtıldı);
- Ulusal Rapor ve Eylem Planı;
- Habitat II Hazırlık Çalışmaları Raporu (Türkçe);
- VİP kiti (İngilizce ve Türkçe): Broşür, kartpostal, rozet, bloknot, videokaset;
- Habitat II Aylık Bülten (Türkçe ve iki ayda bir İngilizce);
- Sponsorluk Çerçevesi;
- Basın kampanyaları için hazırlanan ilanlar ve insert;
- II. Kampanya broşürü (Türkçe);
- Afişler (İngilizce ve Türkçe);
- "*Lifescapes of Turkey/Türkiye'den İnsan Manzaraları*" fotoğraf kitabı;
- Habitat II yaka rozetleri.
- *İstanbul Biannual* dergisi özel sayısı (BM'de dağıtıldı)

3.2.1. Olası katılımcılara otel rezervasyonu, turlar ve çeşitli hizmetler konusunda ön bilgi vermek için doğrudan postalama ve toplantılarda dağıtma yöntemi ile dağıtılanlar:

- General Information (Otel rezervasyonları için);
- Manual to Special Functions & Hospitality Arrangements (Catering, toplantı odası,fax, fotokopi makinesi, bilgisayar vb. kiralama gibi hizmetler hk.);
- Pre & Post Conference Tours in Turkey / Tours & Excursions in İstanbul;
-

3.2.2. Devamlı yenilenen Habitat II broşürleri, Habitat II yaka rozetleri, Uluslararası Ticaret Fuarı ve Tarih Vakfı broşürleri de bu çerçevede dağıtılmıştır.

3.3. Habitat II katılımcıları için hazırlanan malzemeler

3.3.1. Katılımcı çantalarına konulan malzemeler:

- *Habitat II Conference Guide* (Konferans programı ve genel bilgiler);
- *Welcome to İstanbul* (Turistik İstanbul rehberi);
- *Istanbul Biannual* dergisi Habitat özel sayısı;
- *A Historical Guide to Istanbul* (Tarihi İstanbul rehberi)
- *Tour Guide* (İstanbul içi ve dışı turlar);
- *Habitart* (Habitat II kültürel etkinlikler programı);
- *Habitat II Map* (Konferans bölgesi haritası ve mekik servis programı);
- Catering broşürü (Yemek biletleri ve kullanım alanları hakkında bilgi);

- *Health Comes First* broşürü ve Habitat II Emergency Health Care Card;
- Mekik servis kartı;
- Habitat II ve sponsor logolu 1/2 A4 bloknot;

3.3.2. Diğerleri

- *Istanbul: An Urban History* (Prof. Dr. Doğan Kuban)
- *Cities behind the Silver Screen/Beyazperdenin Ardındaki Kentler*
- *Kent, Konut ve Yerleşim Üzerine Karikatürler (1908-1995)* (Turgut Çeviker)
- Yağmurluk.

3.4. Konferans sırasında kullanılan diğer malzemeler:

- Dükkanlara yapıştırılan "We Support Habitat" *sticker*'ları;
- Habitat mekik servislerine yapıştırılan "Habitat II" *sticker*'ları;
- Habitat II ve sponsor logolu A4 bloknot (Konferans salonlarında masalara konuldu);
- Habitat II durağı panoları;
- Habitat II konferans vadisi panoları;
- Otobüs durakları Habitat II reklam panoları;
- Habitat ile ilgili değişik mesajlar veren bez afişler (açık hava);
- Habitat II sponsorlarına teşekkür panoları (açık hava);
- Muhtelif piktogram ve yönlendirme levhaları (Konferans Vadisi);
- Havaalanı karşılama el levhaları.

3.4.1. Çok geniş kapsamlı bir açık hava tanıtım programı hazırlanmış olmakla birlikte, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nden ve diğer ilgili kuruluşlardan yeterli desteği görmediğinden uygulanamamıştır.

3.5. İşitsel Malzemeler:

- I. Tanıtım kampanyası radyo spotları (Açış spotu ve 4 özel haber spotu);
- II. Tanıtım kampanyası radyo spotları (6 özel haber spotu).
- III. Tanıtım kampanyası radyo spotları (15 reklam spotu).

4. YURTİÇİ HALKLA İLİŞKİLER ETKİNLİKLERİ VE SUNUMLAR

Yurtiçindeki halkla ilişkiler hizmetlerini veren İMAGE halkla ilişkiler firması basın bültenlerinin hazırlanması ve basın toplantılarının düzenlenmesi ile ilgilenmiştir. Bir kriz masası oluşturma çabaları ise, yetkililerden yeterli desteği görmedikleri için sonuç vermemiştir. Ayrıca, Burson-Marsteller'ın yurtdışından getirdiği yabancı gazete muhabirlerini Hürriyet ve Sabah gazetelerinin üst düzey temsilcileri ile de görüştürmüşlerdir. Medyada "Habitat sokak hayvanlarını katlediyor" haberinin yer alması ile doğan kriz sırasında, İMAGE somut öneriler geliştirmiş ve kriz yönetimine önemli katkıda bulunmuştur. Konferans sırasında da, İMAGE yetkilileri Türk basını ile ilişkileri sıcak tutmuş ve eldeki bilgileri basın bültenleri ile değerlendirmişlerdir.

4.1. Basın Toplantıları ve Seminerleri:

Medya'yı Türkiye'nin gerek ev sahibi ülke gerekse katılımcı ülke olarak Habitat II'ye ilişkin hazırlıkları konusunda bilgilendirmek amacıyla, Ağustos 1996 tarihinden itibaren bir dizi basın toplantısı ve semineri düzenlenmiştir. Mart 1996 itibari ile ise İMAGE Halkla İlişkiler firması ile çalışmalara başlanmıştır.

1 Ağustos 1994 : Habitat II Genel Sekreteri Dr. Wally N'Dow'un Türkiye'ye ilk ziyareti münasebeti ile, Sayın Cumhurbaşkanımızın katılımı ile düzenlenen basın toplantısı.

4 Ağustos 1995 : Kamuoyunu Habitat II hazırlık çalışmaları konusunda bilgilendirmek amacıyla yapılan basın toplantısına Yiğit Gülöksüz, Gürel Tüzün ve İlhan Tekeli katıldılar.

27 Eylül 1995 : Dünya Habitat günü dolayısıyla düzenlenen basın toplantısında, TOKİ başkanı Yiğit Gülöksüz yaşam çevresinin iyileştirilmesine yönelik çalışmalarda yerel yönetimlerin ve sivil toplum örgütlerinin önemine değindi.

Tüm medya kuruluşlarına Habitat II hakkında sürekli bilgi vermek amacıyla basın seminerleri düzenlenmesine karar verildi. Medya kuruluşlarından, bu seminerlere mümkün olduğu ölçüde hep aynı muhabirlerini göndermeleri rica edildi. Böylece, her toplantıda konunun baştan ele alınmasının engellenmesi amaçlanmıştı. Ancak bu konuda tüm medya kuruluşları aynı hassasiyeti göstermediklerinden basın seminerleri zaman zaman bilinen basın toplantılarına dönüştü.

31 Ekim 1995 : Habitat II hazırlık çalışmaları hakkında, HPKB, Tarih Vakfı, Lowe Adam/Yorum Publicis FCB Konsorsiyumu, CNR Fuarcılık A.Ş. ve VİV Habitat II Birlikteliği yetkilileri bilgi verdiler.

12 Aralık 1995 : Ulusal Komite'nin beşinci toplantısında görüşülecek olan Ulusal Rapor ve Eylem Planı Taslağı ile yürütülmekte olan hazırlık çalışmaları hakkında bilgi verildi.

26 Ocak 1996 : 22-26 Ocak tarihlerinde Habitat II Genel Sekreter yardımcısı Jorge Wilheim'ın başkanlığında İstanbul'a gelen BM Planlama Misyonu'nun ziyaretinin son gününde, Yiğit Gülöksüz ve Jorge Wilheim hazırlık çalışmaları ve Planlama Misyonu çalışmaları hakkında bilgi verdiler.

26 Mart 1996 : HPKB, Dışişleri Bakanlığı, VİV Habitat II Birlikteliği, Lowe Adam/Yorum Publicis FCB Konsorsiyumu, Tarih Vakfı, CNR Uluslararası Fuarcılık A.Ş., STK Forum Sekretaryası ve STK Ev Sahibi Komite yetkililerinin katıldıkları basın semineri düzenlendi.

16 Nisan 1996 : 10-12 Nisan 1996 tarihlerinde İstanbul'da bulunan BM Planlama Misyonunun 3. ve son ziyaretinin sonunda, misyona başkanlık eden Dr. N'Dow ve yardımcısı J. Wilheim'ın TOKİ başkanı ve HPKB direktörü ile birlikte düzenlediği basın toplantısında son hazırlık çalışmaları hakkında bilgi verildi ve BM yetkilileri memnuniyetlerini ifade ettiler.

4 Mayıs 1996 : Habitat II Ana Sponsoru olan Türk Telekom ve Netaş yetkilileri ile yapılan basın toplantısında Habitat II'nin telekomünikasyon hizmetlerine ilişkin bilgi verildi.

20 Mayıs 1996 : Habitat II hazırlıkları son durumu hakkında bilgi vermek üzere TOKİ Başkanı Yiğit Gülöksüz, İstanbul Vali Yardımcısı Erol Yalçın, Dışişleri Bakanlığı Habitat Koordinatörü Büyükelçi Uğurtan Akıncı ve HPKB Direktörü Dr. Gürel Tüzün'ün katıldıkları bir basın toplantısı düzenlendi.

Basın toplantılarının belli bir sistematiğe oturtulmaması, toplantı esnasında verilen mesajların çokluğu ve her toplantıda her konuya değinilmesi, konuşan kişilerin çeşitlenmemesi, sansasyon yaratacak haber eksikliği, konunun "ağırlığı" ve basit bir şekilde dile getirilmemesi, toplumsal çıkarların anlaşılır şekilde aktarılmaması ve genelde ülkemizde hep olduğu gibi katılan basın mensuplarının sadece muhabir düzeyinde olması basın toplantılarının neticesinin optimuma ulaşmasını engellemiştir. Ancak gerek Yiğit Gülöksüz'ün, gerek İlhan Tekeli'nin, gerekse Gürel Tüzün'ün basına açık ve her daim bilgi vermeye hazır oluşları basın ilişkilerini çok olumlu yönde etkilemiştir.

4.2. Özel kitlelere sunumlar

Habitat II'ye desteklerinin alınmasının gerekli olduğu gruplara ve kişilere genellikle Sayın Yiğit Gülöksüz ve Sayın Gürel Tüzün tarafından özel sunumlar yapılmıştır. Bu gruplar arasında:

Dış Tanıtım Kurulu, Medya kuruluşu sahipleri, Medya üst düzey temsilcileri, İstanbul Milletvekilleri, TUROB üyeleri, TİKA üyeleri, Turizm Bakanlığı, Bayındırlık Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, Devlet Planlama Teşkilatı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Basın, Yayın-Enformasyon Müdürlüğü, Boğaziçi Üniversitesi İşletme Kulübü, Dışişleri Bakanlığı Yurtdışı Tanıtma Genel Müdürlüğü, YEKÜV (21. Yüzyıl Eğitim ve Kültür Vakfı) toplantısı katılımcıları, AYKOME üyeleri, Marmara ve Boğazları Belediyeler Birliği, Rotary Kulüp üyeleri, Akdeniz Belediyeler Birliği üyeleri, Ege Belediyeler Birliği üyeleri, otel Yöneticileri, Ankara Birleşmiş Milletler kuruluşları, TBMM CHP grubu, GYİAD üyeleri, Türk Belediyecilik Derneği üyeleri, Propeller Club üyeleri, Şehircilik'ten sorumlu Devlet Bakanları, TBMM Başkanı, Dışişleri Bakanı Sayın Erdal İnönü ve en önemlisi Sayın Cumhurbaşkanımız Süleyman Demirel'i sayabiliriz.

Sunumların çoğu Sayın Yiğit Gülöksüz veya Sayın Gürel Tüzün'ün şahsi temasları sonucunda yapıldığından konu ile ilgili detaylı bilgi, raporu yazan kişinin elinde bulunmamaktadır.

5. HABİTAT BÜLTENİ

Habitat II hakkında sürekli bilgi vermek, konuyla ilgili çeşitli şahsiyetlerin düşüncelerini aktarmak amacıyla aylık Türkçe bir bülten hazırlanmıştır. Bültenin hazırlığından sorumlu Press İletişim ekibi, HPKB Tanıtım ve Hakla İlişkiler sorumlu yardımcısı Simru Önhon ile çalışarak her ayın konularını ve röportaj yapılacak kişileri tespit etmişlerdir.

Önce 5.000 adet bastırılan ve akademisyenlere, bürokratlara, öğrencilere, Ulusal Komite üyelerine, belediyelere, basın mensuplarına, ilgili Sivil Toplum Kuruluşlarına ve

talepte bulunan herkese dağıtılan bu bülten, büyük ilgi görmesi sebebiyle baskı adedi 7.000'e çıkarılmıştır.

Bültenin Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (BMKP) yetkililerince de beğeni kazanması üzerine, bu yetkililer tarafından 2'şer aylık olarak İngilizceye çevrilip TOKİ tarafından bastırılmıştır. İngilizce Bültenlerin dağıtımı BMKP tarafından gerçekleştirilmiş, ancak bir bölümü HPKB tarafından yurtdışına gönderilen doğrudan postalamalarda ve yurtdışında tanıtım imkanı tanıyan toplantılarda kullanılmıştır.

Toplam 6 Türkçe ve 3 İngilizce sayısı çıkan Bültenin son sayısı Habitat II ve sonrası üzerine odaklanmıştır.

6. HABİTAT II YURTDIŞI TANITIM

6.1. Halkla İlişkiler ve Lobicilik Etkinlikleri

Yurtdışı Habitat II tanıtımın, bütçe kısıtlılığı sebebiyle, ağırlıklı olarak halkla ilişkiler etkinlikleri aracılığıyla yapılması kararlaştırılmıştır. Bu amaçla bir ihale açılmış ve Burson Marsteller firması seçilmiştir. Burson Marsteller aracılığı ile, konusunda uzman kişilerin uluslararası medyada Türkiye, İstanbul ve Konferans hakkında olumlu görüş bildirmeleri, yazılar hazırlamaları sağlanmıştır.

Burson-Marsteller'ın iki ana hedefi dünya kentlerinin karşılaştığı sorunlara küresel ilgi toplamak ve ev sahibi ülke olarak Türkiye üzerinde olumlu dikkatleri çekmek olmuştur.

Burson-Marsteller'ın ilk etkinliği New York'ta gerçekleşen ikinci Hazırlık Komitesi toplantısı esnasında medyanın ilgisini çekmek üzere Gürel Tüzün, Nazar Büyüm ve Aslı Germen'in katıldıkları basın görüşmelerini ayarlamak olmuştur. Bu dönemde 150 basın kuruluşuna yazılar gönderilmiş ve bunun neticesinde, *Business Week, Time Magazine, L'Express, The Guardian, Institutional Investor: Emerging Markets Week, Kyodo News Service* ve *The Diplomatic World Bulletin* yayınları temsilcileri ile görüşülmüştür. Görüşmelerde Habitat II hakkında bilgi verilmiş ve konferansın polemik konusu olabilecek konuları belirtilmiştir. Görüşmelerde, Türkiye hakkında bilgi verilmiş ve İstanbul'un hazırlıkları aktarılmıştır. Gazeteciler, konudan bahsedebilmeleri için biraz erken olduğunu ama elde ettikleri sözlü ve yazılı bilgilerin ileride çok işlerine yarayacaklarını belirtmişlerdir.

Bu gazetelerin/dergilerin tümü Konferans öncesinde ve/veya süresinde Habitat II'ye yer vermiştir. Firma'nın Washington'da ayarlamış olduğu basın görüşmelerine HPKB yetkilileri müsait olmadıkları için gidilememiştir.

Şubat 1996'da yine New York'ta yapılan üçüncü Hazırlık Komitesi toplantısı sırasında da Burson-Marsteller ABD'nin önde gelen gazetelerinden *USA Today International* ile bir görüşme ayarlamış ve bunun neticesinde gazetede Habitat II ile ilgili olumlu bir haber yayınlanmıştır. Aynı dönemde Reuters ve *Time Magazine* ile de görüşülmüş, bu görüşmelere Habitat II Genel Sekreteri Dr. Wally N'Dow'da katılmıştır. Washington'da ayarlanan görüşmeler bir kez daha iptal edilmiştir.

Burson-Marsteller'ın basın ile ikili görüşmelerde çektiği en büyük sıkıntı ve belki de görüşmelerin habere dönüşmemesinin en önemli sebebi, gazetecilerle görüştürecek yeterince yüksek seviyeli, basın değeri olan (TOKİ başkanı, bakan, başbakan vb.) şahsiyetlerin katılımının sağlanamamasıdır. Diğer bir sebep ise Habitat II'nin polemik yaratabilecek, kamuoyunun genelde ilgisini çekebilecek bir özellikten yoksun olmasıdır. "Konut Hakkı" ve "Kuzey-Güney Çatışması" gibi konular gazetecilere aktarıldıysa da, sivil toplumun bu konularda yeterince aktif olmaması ve konuların önemli şahsiyetlerin (*opinion leaders*) gündeminde olmaması Habitat II'yi tuzsuz-bibersiz bırakmıştır.

Burson-Marsteller ABD yayınlarına birçok basın bülteni ve Habitat II bilgisi göndermiş ve bunun neticesinde başlarında Nisan ayında *The New York Times* gazetesindeki makale olmak üzere birçok yazı yayınlanmıştır. *The New York Times* gazetesinde çıkan makale, gazetenin önemi dolayısıyla ABD'li bir dizi yayın kuruluşunu Habitat II konusunda harekete geçirmiştir ve *The Washington Post, The Baltimore Sun, The Christian Science Monitor, The International Herald Tribune* ve tekrar *The New York Times'da* olmak üzere, Habitat II sırasında makaleler yayınlanmıştır. Ayrıca, *Die Ziet, The European, The London Times, Le Monde, Suddeutsche Zeitung, Xinhua* gibi büyük gazeteler başta olmak üzere dünyanın dört bir yanında Habitat II haberleri çıkmıştır.

Firmanın gayretleri ile Kadın Konferansı Genel Sekreteri Bella Abzug'un ve Habitat for Humanity International'ın başkanı ve kurucusu Millard Fuller'un Habitat II ile ilgili birer yazıları *New York Newsday* ve *The Christian Science Monitor* gazetelerinde yayınlattırılmıştır. Bu çabalar sonucunda, *Newsweek Magazine International*'da Mega-kentlerin önemi ile ilgili kapsamlı bir makale yayınlanmıştır.

Burson-Marsteller her ne kadar çabalarının çoğunu ABD'de göstermişse de Avrupa bürolarını da kullanmıştır. Habitat II için hazırlanan ve bir *fact-sheet*, Habitat II konularını kısaca ve basit bir dille anlatan bir özet, En İyi Uygulamalar sergisi gibi spesifik konuları işleyen muhtelif basın bültenlerinden oluşan basın kiti, Burson-Marsteller'ın diğer büroları vasıtasıyla uluslararası çapta dağıtılmıştır. Bu basın kitleri ya makaleye dönüşmüş ya da gazetecilerin Habitat II daha iyi anlamasını ve konferansa gelmeden önce hazırlanmasını sağlamışlardır.

Uluslararası çapta, seçilmiş 200 medya mensubuna dağıtılan basın bültenlerinden özellikle En İyi Uygulamalar sergisi bülteni ilgi görmüş ve makaleye dönüşmüştür.

Bir yandan konferansın tanıtımını yaparken, diğer yandan Türkiye ve hazırlıklar konusunda da basın bültenleri hazırlanmış ve son basın kiti dağıtımına (300 gazeteci) dahil edilmiştir. Böylece, özellikle konferanstan önceki haftalarda Türkiye'nin aktif katılımcı yönü vurgulanmış, İstanbul'un hazırlıklarından söz edilmiş ve olumlu bir imaj yaratılmıştır.

19-21 Mart 1996 tarihinde Berlin'de yapılan Sürdürülebilir Kentsel Gelişme Konferansı sırasında Almanca basın bülteni hazırlanmış ve 150 gazeteciye dağıtılmıştır. Berlin Konferansı ile ilgili 200'den fazla makale çıkmıştır.

Marmaris'te 19-21 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirilen "Gelecek Bin Yıl: Küreselleşen Bir Dünyada İnsan İçin Kent" Habitat II'ye hazırlık yuvarlak masa toplantısına yabancı basının katılması sağlanmıştır.

Masrafları TOKİ tarafından karşılanan ve Burson-Marsteller'ın çabaları ile yurt dışından getirilen *Le Soir* gazetesi muhabiri Christophe Schoune, *Die Zeit*'dan Petra Pinzler, ve *The European*'dan Roman Rollnick ile Türkiye'deki yabancı gazete/Haber ajansı temsilcilerinden *Agence France Press*e temsilcisi Herve Couturier, *Central News Agency*'den (Taiwan) Kuo Chuan-Hsin, *Deutsche Press Agentur*'dan Suzan Fraser, *BBC*'den Yeşim Cömert, *Le Monde*'dan Nicole Pope, *Netherlands Press Association*'dan Jessica Lutz, *Reuters*'dan Fırat Kayakıran, *The Los Angeles Times*'dan Hugh Pope ve *The London Times* ile *The Economis*t temsilcisi Andrew Finkel Marmaris yuvarlak masa toplantıları sırasında birçok katılımcı ve Dr. N'Dow ile 50'nin üzerinde röportaj yapma fırsatını bulmuşlardır.

Bu görüşmeler hem gazetecilere Habitat II'nin değişik konuları hakkında bilgi edinme fırsatını sağlamış hem de Habitat II sırasında haberlerini yönlendirme açısından yardımcı olmuştur.

Marmaris toplantısı sonrasında *The European*'da "Konut hakkı" konusunu irdeleyen ve İstanbul Konferans'ının Rio konferansı gibi başarılı neticeler doğuracağını belirten bir yazı yayınlanmış, *Reuters*, *Agence France Presse* ve *Deutsche Press Agentur* da üye yayın kuruluşlarının hizmetine birçok haber sunmuşlardır.

Burson-Marsteller özellikle ABD'de birçok etkinlikte bulundu. Bunlardan bir tanesi, United Nations Association of America'nın (UNA) organize ettiği UNA Öğrenci Yarışması ödül töreninde Dışişleri Bakanlığı, Habitat II New York sorumlusu Avni Karslıoğlu Habitat II'nin Türkiye için önemini vurgulama fırsatını buldu.

Burson-Marsteller'ın önerisi üzerine, *Newsweek* dergisinden Mary Hagar'ın yönettiği Habitat II paneline T.C. Dışişleri Bakanlığı, New York temsilcisi Büyükelçi Hüseyin Çelem Dr. N'Dow ile birlikte katılarak Türkiye ve hazırlıklar hakkında bilgi verdi. Aynı günlerde, Washington'da bulunan yabancı basın kuruluşlarına, yerel basına ve çevre basınına ABD Konut ve Şehircilik Bakanlığı ve Dünya Kaynak Konseyi (World Ressource Council) ile ortaklaşa basın bülteni dağıtıldı.

Habitat II süresince HPKB basın bürosunda çalışan Burson-Marsteller temsilcisi Nyssa Tussing konferans'a katılan yabancı basın ile sürekli temas kurarak Türkiye, Türkiye'nin Ulusal Raporu ve Eylem Planı, İstanbul konusunda bilgi aktardı ve gazetecileri yönlendirmede yardımcı oldu. Türk delegasyonunun aktarmak istediği bilgiler, Habitat Ticaret Fuarı gibi birçok konuda, İMAGE Halkla İlişkiler ile işbirliği içinde çalışarak hem Türkçe hem de İngilizce basın bültenleri yayınladılar. HPKB Basın Bürosu UNDPI'ya da destek vermiştir.

Konferans süresince düzenlenen Türk delegasyonu basın toplantısında, Türkiye Ulusal Rapor ve Eylem Planı'nın nihai hali basına tanıtılmıştır.

6.2. Diğer Tanıtım Faaliyetleri

6.2.1. Gazete ve Dergi İlanları

Bütçenin yetersiz olmasından dolayı yurtdışında gazete ve dergi ilanlarının verilmesi baştan bir medya planlamasına tabi tutulamamıştır. Ancak, HPKB yabancı gazete ve dergilerde eline geçen bazı fırsatları değerlendirme imkanını bulmuştur.

Böylece, *Time Magazine* ile anlaşılarak özel Türkiye ekine bir ilan verilmiş, *Le Monde, Die Suddeutsche Zeitung, The Independent* gibi kendi ülkelerinde en çok okunma oranına sahip birçok gazete ve dergide Habitat II ile ilgili ilan verilmiştir. Bu ilanlar verilirken iki öge dikkate alınmıştır. Birincisi, ilanın verileceği tarih ve bölgede o sıralarda bu ilanı kuvvetlendirecek bir Habitat II etkinliği olması, diğeri ise fiyat uygunluğu.

6.2.2. Doğrudan Postalamalar ve Etkinliklerde Tanıtım

Tanıtım bütçesini en iyi şekilde değerlendirmek amacı ile, özel olarak oluşturulan bilgi datasına doğrudan postalamalar yapılmıştır. İçerikleri Bölüm III.2) ikinci bölümde bulunan bu tanıtım malzemeleri Habitat II ve Konferansa katılım hakkında temel bilgileri içermektedir.

Hesaplı ancak etkili ikinci bir tanıtım etkinliği ise Habitat II ya da BM Konferansları ile ilgili toplantılara bizzat ya da posta yolu ile tanıtıcı malzeme göndermek olmuştur. Bu kapsamda, Kopenhag'da yapılan BM Sosyal Zirvesine, Pekin'de yapılan BM Kadın Konferansına, Nairobi'de yapılan 2. Hazırlık Komitesi toplantısına, New York'ta yapılan 3. Hazırlık Komitesi toplantısına ve Berlin'de yapılan Sürdürülebilir Kentsel Kalkınma Konferans'ına bir HPKB yetkilisi veya tanıtım sorumlusu katılarak buralarda Habitat II standları açmış ve tüm delegelere (ve mümkün olduğu ölçüde tüm katılımcılara) bilgi, belge ve yaka rozeti dağıtmışlardır.

7. SPONSORLUK

Lowe Adam/Yorum Publicis FCB. Konsorsiyumunun Tanıtım ve Halkla İlişkiler ihalesini kazanmasını takiben, ajansla yürütülen ilk çalışmalardan biri Sponsorluk dosyası hazırlıkları olmuştur.

TOKİ ve HPKB yetkililerinin katıldığı toplantıda sponsorlara sağlanabilecek temel avantajlar ve sponsor kategorileri belirlenmiştir. Buna göre kategoriler Ana sponsor 2 Milyon ABD Doları, Ortak Sponsorlar 500.000 ABD Doları, Destekleyiciler ise 100.000 ABD Doları olarak belirlenmiştir.

Gerek ajans gerekse HPKB yetkilileri olası sponsorlar listesi üzerinde çalışmışlardır. Ayrıca, ayni sponsorlukların da nakdi sponsorluklar ile aynı şekilde değerlendirilmesi kararlaştırılmıştır.

Ajans ve TOKİ Başkanı, sponsor arama faaliyetlerinin Cumhurbaşkanımızın iş adamlarına Habitat II münasebetiyle vereceğini bekledikleri yemek ile başlamasını uygun görmüşlerdir.

Son derece etkili olacağına inanılan bu başlangıç, ne yazık ki Cumhurbaşkanı'nın yemeği Ağustos 1995'den Eylül 1995, ardından da her ay ertelemesi dolayısıyla faydalı olacağı bir zamanlama ile gerçekleştirilememiştir. Cumhurbaşkanı yemeği ancak 21 Mayıs 1996 tarihinde verilmiştir.

Bu arada, geçen zaman aleyhte işlemiş ve sponsor arama çalışmaları sadece medya alanında yürütülmüştür. Lowe Adam/Yorum Publicis FCB Konsorsiyumu başkanı

Nazar Büyüm, medya ile görüşerek gerek televizyon gerek gazete gerekse radyolardan çok iyi destek almayı başarmıştır. Böylece, Habitat II tanıtım kampanyaları, bazı televizyonlara ödenen görece düşük meblağlar haricinde ücretsiz olarak, çok geniş kapsamda yapılabilmiştir.

Diğer kuruluşlar ile yapılacak sponsorluk görüşmelerinin yine Nazar Büyüm ve Yiğit Gülöksüz tarafından yürütülmesi kararlaştırılmış, ilk görüşmeler Sayın Sabancı ile yapılmış ancak olumlu bir gelişme elde edilememiştir. Bu etaptan sonra sponsorluk çalışmalarının nasıl ve kim tarafından yürütüleceği, sürekli Cumhurbaşkanı'nın yemeğinin beklenmesi dolayısıyla, belirsiz kalmıştır.

VİV Habitat II Birlikteliği sponsorluk çalışmalarını yürütme talebinde bulunmuş, ancak sözleşmelerinde HPKB aleyhine işleyecek % 10'luk sponsor bulma komisyonu dolayısıyla, araba, bilgisayar, telekomünikasyon gibi büyük çaplı mal ve hizmetler konusunda kendilerine yetki verilmemiştir.

Bu arada, yukarıda sözü edilen mal ve hizmetleri temin edebilecek bazı firmalar HPKB'ye başvurmuş ve Gürel Tüzün, Elvan Cantekin ve Aslı Germen ile görüşmelerde bulunmuşlardır. Gerekli olan 200 VIP araba ve 200 hizmet arabası için Mercedes, Volvo ve Renault ile görüşülmüş, Tofaş'a yazı gönderilmiştir. Ancak, Mercedes ve Volvo vergi indirimi talebinde bulunmuşlar ve bu talepleri yerine getirilemediğinden sponsorluktan vazgeçmişlerdir.

Telekomünikasyon hizmetleri ve malları hakkında Ericksson ve Netaş HPKB'ye başvurmuşlardır. Yapılan uzun görüşmeler sonucunda, kararın hizmetleri verecek olan Türk Telekom tarafından verilmesi uygun görülmüştür. Türk Telekom aylarca bir karara varamamış ancak Nisan ayında Netaş ile çalışmaya karar verilmiş ve mayıs ayında sözleşme imzalamıştır. Netaş ve Türk Telekom arasında imzalanan sözleşme sonucunda, birlikteliğin katkısının 2 milyon $ civarında olduğu gözlemlenerek Ana Sponsor ilan edilmişlerdir.

Bilgisayarlar konusunda IBM ile hem HPKB, hem de VİV tarafından yapılan görüşmeler sponsorluk açısından olumsuz neticelenmiş, IBM mal ve hizmetlerini satmak teklifinde bulunmuştur. Sponsorluk için başvuran tek firma Zet Bilgisayarları olmuş ve bu teklif kabul edilerek Zet Ortak Sponsor ilan edilmiştir.

Yiğit Gülöksüz'ün kurduğu ilişki sayesinde, Vakıfbank da nakdi sponsor olma taahhüdünde bulunmuş ve 350.000$ destek vererek Ortak Sponsor ilan edilmiştir. Nazar Büyüm'ün Emlak Bankası ile yürüttüğü Ana Sponsor olma çalışmaları neticesiz kalmıştır.

VİV Konsorsiyumu, kargo hizmetlerinin verilmesi için TNT Express Worldwide ile görüşmüş, HPKB'nin onayı ile hizmetlerin çok düşük bir fiyata verilmesi karşılığından Destekleyici olarak ilan edilmiştir.

Fotokopi ve faks hizmetleri ve ürünleri hakkında, tüm firmalar ile telefon görüşmesi yapılmış ancak olumlu bir cevap alınamamıştır. VİV Konsorsiyumu aracılığı ile HPKB ile irtibata geçen Kopiteknik firması, toplam 730.000$'lık maliyetin 100.000$'ını sponsor ederek talep etmeyeceğini bildirmiş ve böylece Destekleyici ilan edilmiştir.

VİV Konsorsiyumu, gerekli televizyonların ücretsiz temini konusunda Beko ile görüşmüş ve olumlu cevap almıştır. Böylece Beko da Destekleyici olarak kabul edilmiştir.

Kapalı devre kablolu televizyon sisteminin kurulması için HPKB Organizasyon Birimi yöneticisi Şefik Onat Sensormatic firması ile görüşerek hizmetin sponsorluk dahilinde verilmesini sağlamıştır. Sadece kablolar için düşük bir ücret ödenen Sensormatic Destekleyici ilan edilmiştir.

Bu arada, kültürel etkinliklerin sponsor edilmesi konusunda çalışan HPKB yetkilileri ve organizatörleri, açılış töreninin Emlak Bankası, kapanış töreninin İstanbul Olimpiyat Komitesi tarafından sponsor edilmesini sağlamışlardır. Ayrıca, Otosan 2 Milyar TL'lik ve Egebank 2 Milyar TL'lik kültürel etkinlik sponsorluğu yapmışlardır.

Tanıtım ve Halkla İlişkiler sorumlusu tarafından tekrar kaleme alınarak kapsamı açığa kavuşturulan Sponsorluk Çerçevesi gereğince tüm sponsorlara çerçevede yer alan avantajlar sağlanmış, verilen sözler yerine getirilmiştir.

21 Mayıs 1996 tarihinde Cumhurbaşkanı tarafından verilen Habitat yemeğinde, Cumhurbaşkanı'nın destek istemesi neticesinde ek destek elde edilmiştir. Ancak, tarihin çok geç olması dolayısıyla, ek sponsorlara verilebilecek bir avantaj kalmadığından Sponsorluk Çerçevesi uygulanamamış, kendilerine 5-10 adet *Lifescapes of Turkey* fotoğraf kitabı ve Konferans vadisinde asılacak bez afişlerde logo ve isimlerinin yer alması temin edilebilmiştir.

Cumhurbaşkanı yemeği neticesinde Sabancı Holding 8 Milyar TL (100.000$), Doğuş Holding 5 Milyar TL, Türkiye Ekonomi Bankası 3.9 Milyar TL, Profilo/Peg 1.6 Milyar TL, Vakko 786.400 TL, Kalebodur 1.1 Milyar TL, Altınyıldız 1.5 Milyar TL, Çarmıklı Holding 1 Milyar TL'lik ve Demirören Grubu 4 Milyar TL destek vermişlerdir.

Özetle, medya sponsorluğu haricinde aktif bir sponsor arama çalışmasının yürütülmemesine rağmen, özellikle ayni sponsorluk konusunda başarılı bir netice elde edildiğini söyleyebiliriz. Daha aktif ve etkin şahsiyetler (*opinion leader*'lar, medyatik kişiler) tarafından desteklenmiş bir çalışmanın nakdi sponsorluk konusunda daha başarılı neticeler doğurabileceği düşünülmektedir.